

PENGEMBANGAN APLIKASI *MOBILE MARKETING DICTIONARY* SEBAGAI ALTERNATIF SUMBER BELAJAR PADA MATA PELAJARAN MARKETING KELAS X PEMASARAN DI SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN

Nino Amalina

Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya,
email: ninoamalina@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Sumber belajar merupakan segala hal yang dapat membantu individu dalam belajar dan memperoleh pengalaman. Sumber belajar terus dikembangkan sesuai kemajuan zaman. *Mobile Marketing Dictionary* adalah aplikasi berbasis *Android* yang diharapkan dapat menjadi alternatif sumber belajar bagi siswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pengembangan aplikasi *Mobile Marketing Dictionary*, kelayakan aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* dan respon siswa terhadap aplikasi *Mobile Marketing Dictionary*. Penelitian ini menggunakan model pengembangan 4D yang terdiri dari empat tahap pengembangan, namun dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan tiga tahap pengembangan yang meliputi pendefinisian (*define*), perancangan (*design*) dan pengembangan (*develop*). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari lembar validasi ahli materi, lembar validasi ahli media dan angket respon siswa. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengembangan aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* diperoleh nilai kelayakan dari hasil validasi ahli materi sebesar 90% dengan kategori sangat layak, nilai kelayakan dari hasil validasi ahli media sebesar 90% dengan kategori sangat layak, respon siswa pada kelas kecil sebesar 85,2% dengan kategori sangat baik dan respon siswa pada kelas besar sebesar 83% dengan kategori sangat baik. Dengan demikian aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* layak digunakan sebagai alternatif sumber belajar pada mata pelajaran Marketing kelas X di Sekolah Menengah Kejuruan.

Kata Kunci: Sumber belajar, *Mobile Marketing Dictionary*, Marketing.

Abstract

Learning resource is everything that can help an individual in learning and gain experience. Learning source is always developed according to the times. *Mobile Marketing Dictionary* is an Android-based application that expected to be an alternative learning source for student. This research aims to find out the process of developing *Mobile Marketing Dictionary*, the feasibility of *Mobile Marketing Dictionary* and student's response to *Mobile Marketing Dictionary*. This research using 4D development model consisting of four stages, but in this research the researcher only use three development stages covering Define, Design and Develop. The research instruments used in this research are validation sheets from a material expert, a media expert, and student's response. Based on the result and the discussion of this research, the development of *Mobile Marketing Dictionary* obtained the feasibility value from the material expert's validation amounted to 90% with very feasible category, the feasibility value of media expert's validation amounted to 90% with very feasible category, student's response in small class amounted to 85,2% with very good category and student's response in large class amounted to 83% with very good category. Thus, *Mobile Marketing Dictionary* application is feasible to be used as an alternative learning resource in the Marketing subject for the 10th grader in the Vocational High School.

Keyword: Learning Resource, *Mobile Marketing Dictionary*, Marketing.

PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi lambat laun telah menyentuh semua sendi kehidupan termasuk di bidang pendidikan. Dunia pendidikan selalu mengalami perkembangan baik dari segi sistem, model, metode, media maupun sumber belajar.

Menurut Arsyad (2014:8) sumber belajar adalah semua hal yang tersedia untuk menunjang atau membantu

individu untuk belajar dan menunjukkan kemampuan serta kompetensinya. Sumber belajar juga harus dikembangkan terus menerus sesuai dengan kebutuhan

pembelajaran dan perkembangan zaman. Saat ini kita berada pada era dimana sumber belajar tidak terpaku pada satu sumber tetapi sudah berbasis aneka sumber. Manusia mulai memanfaatkan teknologi terkini untuk dijadikan sebagai alternatif sumber belajar selain buku dan guru.

Salah satu teknologi yang saat ini sering digunakan sebagai alternatif sumber belajar adalah *smartphone*. *Smartphone* adalah telepon pintar yang dilengkapi dengan sistem operasi dengan berbagai tipe. Salah satu sistem operasi yang paling populer adalah *Android*. Indonesia adalah salah satu negara dengan pengguna *smartphone* berbasis *Android* terbanyak di Asia Tenggara. Hal ini dibuktikan dengan hasil survei WaiWai Marketing pada

tahun 2015 yang mencatat bahwa *market share smartphone* berbasis *Android* di Indonesia mencapai 94% atau sekitar 41 juta pengguna dan 6% lainnya adalah pengguna *iOS*.

Saat ini penggunaan *smartphone* sebagai alternatif sumber belajar telah dimanfaatkan oleh siswa yang merupakan generasi milenial tidak terkecuali siswa di Sekolah Menengah Kejuruan dengan berbagai macam kompetensi keahlian karena sifatnya yang praktis dan mudah dioperasikan. Salah satu kompetensi keahlian yang ada di Sekolah Menengah Kejuruan adalah jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran. Pada kompetensi keahlian Bisnis Daring dan Pemasaran, siswa diajarkan ilmu dan teknik tentang pemasaran. Siswa akan mempelajari ilmu pemasaran mulai dari dasar sampai teknik dalam dunia pemasaran. Dasar dari ilmu pemasaran pada saat ini dikemas dalam satu mata pelajaran bernama Marketing yang mulai diajarkan sejak pemerintah menerapkan Kurikulum 2013 edisi revisi pada tahun 2017.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada salah satu guru mata pelajaran Marketing di SMKN 1 Surabaya, diperoleh fakta bahwa buku yang menjadi pegangan guru mata pelajaran Marketing di SMKN 1 Surabaya adalah buku Marketing karangan Ngadiman yang diterbitkan pada tahun 2008 dan buku-buku lama yang memuat komponen-komponen dalam mata pelajaran Marketing.

Mata pelajaran Marketing ditempuh siswa kelas X sebanyak 4 x 45 jam pelajaran setiap minggunya, sedangkan sumber belajar yang digunakan oleh siswa pada saat ini adalah: (1) buku teks Marketing untuk kelas X SMK/MAK karangan Teti Heryati, dkk yang diterbitkan pada tahun 2017 oleh HUP, (2) internet yang diakses dari *smartphone* maupun laptop/komputer dan (3) lingkungan sekitar. Guru juga mengeluhkan kurangnya alternatif sumber belajar untuk mata pelajaran Marketing karena mata pelajaran ini memang baru diterapkan setelah adanya kurikulum 2013 edisi revisi. Meskipun di SMKN 1 Surabaya terdapat perpustakaan, tetapi belum ada literatur khusus untuk mata pelajaran Marketing.

Ketika guru menginstruksikan siswa untuk mengakses internet sebagai alternatif sumber belajar selain buku yang menjadi acuan, muncul permasalahan baru terkait valid atau tidaknya data yang diperoleh siswa. Hal ini dikarenakan data atau materi yang ada di internet dan diakses dengan bebas oleh siswa melalui *smartphone* maupun laptop belum terjamin kebenarannya. Berdasarkan penuturan guru mata pelajaran Marketing di SMKN 1 Surabaya, kebanyakan siswa mengakses situs blog seperti blogspot, wordpress dan blogger sebagai alternatif sumber belajar sedangkan blog yang telah disebutkan adalah situs web yang dapat dibuat oleh semua orang mulai dari yang benar-benar

kompeten dalam menulis suatu informasi sampai yang hanya memanfaatkan blog sebagai ajang untuk menduplikasi tulisan orang lain. Oleh karena itu data atau materi yang diperoleh dari blog belum tentu benar dan akurat.

Mata pelajaran Marketing masuk pada ranah kognitif yang meliputi kegiatan berpikir dan berhubungan dengan kemampuan menghafal maupun memahami. Mata pelajaran Marketing memuat pengetahuan dasar dan istilah-istilah dalam dunia pemasaran. Setelah mempelajari mata pelajaran Marketing, siswa diharapkan dapat memahami, menerapkan, menganalisis dan mengevaluasi tentang pengetahuan faktual, konseptual, operasional dasar dan metakognitif sesuai dengan ruang lingkup Marketing.

Dari fenomena yang telah dijabarkan, peneliti termotivasi untuk membuat alternatif sumber belajar berupa *Mobile Marketing Dictionary* atau kamus pemasaran elektronik yang berisi istilah-istilah dalam dunia pemasaran beserta pengertiannya. Dibandingkan dengan kamus pemasaran dalam bentuk buku cetak, *Mobile Marketing Dictionary* memiliki beberapa kelebihan, antara lain adalah kamus ini lebih efisien dari segi penggunaan maupun biaya karena *Mobile Marketing Dictionary* bersifat gratis dan aplikasi ini sangat mudah digunakan. Pengguna hanya perlu mengetik kata yang dicari lalu arti dari kata tersebut akan muncul secara otomatis. Dengan kata lain pengguna tidak perlu mencari kata dan artinya secara manual seperti halnya memakai kamus konvensional.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana proses pengembangan aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* sebagai alternatif sumber belajar pada mata pelajaran Marketing, (2) Bagaimana kelayakan aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* sebagai alternatif sumber belajar pada mata pelajaran Marketing dan (3) Bagaimana respon siswa setelah menggunakan aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* sebagai alternatif sumber belajar pada mata pelajaran Marketing.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian dan pengembangan yang biasa disebut *Research and Development (R&D)* dengan model pengembangan 4D yang terdiri dari empat tahap penelitian yaitu pendefinisian (*define*), perancangan (*design*), pengembangan (*develop*) dan penyebaran (*diseeminate*) (Trianto, 2014:94). Tetapi dalam penelitian ini hanya sampai pada tahap pengembangan (*develop*) karena keterbatasan tenaga, waktu dan biaya.

Subjek uji coba dalam penelitian ini adalah 25 siswa kelas X Jurusan Pemasaran di SMKN 1 Surabaya.

Sebelum uji coba dilakukan untuk mengetahui respon siswa dari segi kualitas isi, tujuan, instruksional dan teknis, aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* melalui dua tahap validasi yaitu validasi materi yang dilakukan oleh ahli materi dan validasi media yang dilakukan oleh ahli media. Validasi materi dilakukan untuk mengetahui tingkat kelayakan materi yang digunakan sebagai konten dalam aplikasi dari segi kualitas isi, kualitas tujuan dan kualitas instruksional. Sedangkan validasi media dilakukan untuk mengetahui tingkat kelayakan aplikasi dari segi fungsi (*functionality*), efisiensi (*efficiency*) dan kegunaan (*usability*).

Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini adalah lembar validasi materi, lembar validasi materi dan lembar angket respon siswa. sedangkan jenis data yang digunakan adalah data kualitatif berupa narasi deskriptif dan data kuantitatif berupa angka (Riduwan, 2015:5).

Data validasi dan respon siswa dianalisis dengan cara yang sama, yaitu:

$$\text{Persentase} = \frac{\text{Jumlah skor}}{\text{Skor tertinggi}} \times 100\%$$

Setelah diperoleh hasil presentase validasi dan respon siswa berupa angka, maka hasil tersebut akan diinterpretasikan untuk mengetahui tingkat kelayakannya dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 1. Kriteria Interpretasi

Kriteria	Skor
Sangat Layak	81% - 100%
Layak	61% - 80%
Cukup Layak	41% - 60%
Kurang Layak	21% - 40%
Tidak Layak	0% - 20%

Sumber: Diadaptasi dari Riduwan & Sunarto (2013)

Berdasarkan tabel 1, aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* dinyatakan layak ketika skor validasi dan respon siswa $\geq 61\%$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Proses pengembangan aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* melalui tiga tahap. Tahap pertama adalah tahap pendefinisian (*define*) yang terdiri dari analisis awal, analisis siswa, analisis tugas, analisis konsep dan spesifikasi tujuan.

Hasil analisis awal menunjukkan bahwa: (1) SMKN 1 Surabaya sudah menerapkan kurikulum 2013 edisi revisi dimana terdapat mata pelajaran Marketing, (2)

sumber belajar siswa untuk mata pelajaran Marketing hanya satu buku teks dan (3) materi atau data terkait mata pelajaran Marketing yang diperoleh siswa dari internet belum tentu valid karena kebanyakan siswa mengakses blog sebagai sumber referensinya. Kemudian hasil analisis siswa menunjukkan bahwa siswa membutuhkan alternatif sumber belajar untuk mata pelajaran Marketing.

Hasil analisis tugas menunjukkan bahwa siswa diharapkan mencapai tujuan belajar dari KD 3.4. Menerapkan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) berupa pemahaman terkait pengertian bauran pemasaran. Kemudian hasil analisis konsep menunjukkan bahwa materi dalam KD 3.4 adalah pengertian bauran pemasaran, produk, harga, tempat dan promosi.

Tahap terakhir dalam proses pendefinisian adalah menentukan spesifikasi tujuan. Dalam hal ini tujuan pada KD 3.4. Menerapkan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah siswa dapat memahami pengertian strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Hal ini menjadi dasar penyusunan materi pada aplikasi yang akan dikembangkan agar siswa dapat mencapai tujuan belajar yang telah direncanakan.

Tahap kedua adalah tahap perancangan (*design*). Pada tahap ini dilakukan penyusunan materi untuk dijadikan konten dalam aplikasi *Mobile Marketing Dictionary*, penyusunan format aplikasi sampai menghasilkan rancangan awal.

Tahap ketiga adalah tahap pengembangan (*develop*). Pada tahap ini materi yang akan digunakan sebagai konten aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* mendapat saran dari ahli materi untuk menambah ilustrasi pada setiap istilah yang dijelaskan. Sedangkan ahli media tidak memberi revisi karena aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* sudah memenuhi standar tampilan dan konten aplikasi berbasis *Android*.

Berikut ini adalah hasil validasi materi dan validasi media aplikasi *Mobile Marketing Dictionary*:

Tabel 2. Hasil Validasi Materi

No.	Indikator	Skor
1.	Kualitas isi & tujuan	92%
2.	Instruksional	85%
Total Rata-Rata		90%

Sumber: Data diolah Penulis (2018)

Tabel 3. Hasil Validasi Media

No.	Indikator	Skor
1.	<i>Functionality</i>	90%
2.	<i>Efficiency</i>	100%
3.	<i>Usability</i>	88%
Total Rata-Rata		90%

Sumber: Data diolah Penulis (2018)

Berdasarkan tabel 2, hasil validasi materi dan validasi media menunjukkan angka yang sama yaitu 90% dengan kriteria sangat layak. Hal ini menandakan bahwa aplikasi layak digunakan sebagai alternatif sumber belajar bagi siswa.

Setelah aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* dinyatakan layak, maka tahap selanjutnya adalah uji coba yang dilakukan sebanyak dua kali. Uji coba pertama (uji coba kelas kecil) dilakukan pada 5 siswa kelas X BDPM 2 sedangkan uji coba kedua (uji coba kelas besar) dilakukan pada 20 siswa kelas X BDPM 2. Sadiman (2007:184) mengungkapkan bahwa media perlu diujicobakan kepada 10-20 siswa yang sudah mewakili target. Jika kurang dari sepuluh responden maka data yang diperoleh kurang mencerminkan populasi target. Sedangkan data dengan responden yang jumlahnya lebih dari dua puluh maka informasi yang diperoleh kurang bermanfaat. Berikut ini adalah hasil uji coba pada kelas kecil dan kelas besar:

Tabel 4. Hasil Respon Siswa

No.	Indikator	Uji Coba 1	Uji Coba 2
1.	Kualitas isi & tujuan	85,3%	81,3%
2.	Kualitas instruksional	85%	85,5%
3.	Kualitas Teknis	85,3%	81,3%
Total Rata-Rata		85,2%	83%

Sumber: Data diolah Penulis (2018)

Berdasarkan tabel 3 terkait respon siswa terhadap aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* yang menunjukkan skor 85,2% pada uji coba kelas kecil dan 83% pada uji coba kelas besar maka respon siswa dapat diinterpretasikan sangat baik.

Pembahasan

Proses Pengembangan

Proses pengembangan aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* dimulai dari tahap pendefinisian (*define*). Pada tahap ini peneliti melakukan pra penelitian di SMKN 1 Surabaya untuk mengumpulkan informasi terkait mata pelajaran Marketing, karakteristik siswa, permasalahan dan kebutuhannya. Hasil dari proses pra penelitian menunjukkan fakta bahwa: (1) mata pelajaran Marketing merupakan mata pelajaran yang baru karena masa penerapannya dimulai sejak penggunaan kurikulum 2013 edisi revisi tepatnya pada tahun 2017 dan mata pelajaran ini bersifat teoritis yang masuk pada ranah kognitif sehingga siswa harus menghafal dan memahami setiap materi, (2) guru hanya mempunyai satu buku pegangan untuk mata pelajaran Marketing dan sumber belajar yang dipegang oleh siswa hanya satu buku teks

Marketing, (3) terkadang siswa juga menggunakan internet pada *smartphone*, laptop maupun komputer sebagai alternatif sumber belajar baik berdasarkan inisiatif pribadi maupun instruksi guru tetapi materi dari internet yang didapat siswa belum terjamin kevalidannya karena kebanyakan web yang diakses oleh siswa untuk memperoleh materi berasal dari blog sedangkan siapapun dapat menulis blog tanpa memikirkan tingkat akurasi dari informasi yang ditulis.

Berdasarkan fakta dan permasalahan yang ditemukan maka dibuatlah alternatif sumber belajar berupa aplikasi kamus pemasaran berbasis *Android* yang diberi nama *Mobile Marketing Dictionary* untuk mata pelajaran Marketing KD 3.4. Menerapkan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) untuk mempermudah siswa dalam memahami materi pada mata pelajaran Marketing. Media berupa aplikasi kamus pemasaran berbasis *Android* dipilih karena sesuai dengan karakteristik siswa masa kini yang menyukai kepraktisan dan sudah terbiasa dengan memanfaatkan teknologi digital untuk menunjang kehidupan sehari-hari. Hal ini sesuai dengan pendapat Arsyad (2014:8) bahwa sumber belajar harus terus dikembangkan sesuai kebutuhan pembelajaran dan perkembangan zaman.

Tahap kedua adalah tahap perancangan (*design*) dimana peneliti menyusun materi KD 3.4. Menerapkan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi penyusunan istilah yang disertai penjelasan dan contoh nyata untuk dijadikan konten dalam sumber belajar yang akan dikembangkan. Dalam hal ini peneliti menyusun kurang lebih 80 istilah dalam dunia pemasaran yang masuk pada materi KD 3.4. Menerapkan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Penyusunan istilah-istilah yang digunakan sebagai materi ini didasarkan pada istilah yang dirasa sulit dipahami oleh siswa yang terdapat pada glosarium buku teks Marketing oleh Ngadiman yang diterbitkan pada tahun 2008. Setelah menyusun materi, peneliti memilih media berupa aplikasi kamus pemasaran berbasis *Android* yang dimanfaatkan sebagai alternatif sumber belajar bagi siswa kelas X Pemasaran yang menempuh mata pelajaran Marketing.

Tahap selanjutnya adalah tahap memilih format dan membuat rancangan awal aplikasi dengan bantuan *software* Mit App Inventor. Pembuatan aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* berupa tampilan utama, menu, konten, *layout* sampai pemilihan warna maupun gambar dilakukan dengan bantuan Mit App Inventor yang dioperasikan secara *online* melalui laptop yang terkoneksi dengan jaringan internet. Setelah aplikasi selesai dibuat pada laman Mit App Inventor maka aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* disimpan dengan format “.apk” agar dapat dijalankan pada piranti berbasis *Android*. Aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* memuat

empat menu utama yang terdiri dari menu *Start*, *About*, *Reference* dan *Exit*.

Tahap selanjutnya adalah tahap pengembangan (*develop*) dimana aplikasi divalidasi oleh ahli materi dan ahli media. Proses validasi materi melalui satu kali tahap revisi karena kurangnya ilustrasi untuk mempermudah siswa dalam memahami materi. Jadi, peneliti menambahkan contoh di setiap materi yang membutuhkan ilustrasi sebagai penunjang agar siswa lebih mudah memahami materi. Setelah melalui proses revisi dan validasi, materi dinyatakan sangat layak digunakan sebagai konten dalam aplikasi *Mobile Marketing Dictionary*.

Pada tahap validasi media tidak ada revisi pada aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* karena sudah sesuai dengan standar tampilan dan konten aplikasi berbasis *Android*. Menurut penilaian validator media, aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* adalah aplikasi yang sangat efisien karena proses pencarian kata atau materi pada *Mobile Marketing Dictionary* tidak memerlukan waktu yang lama.

Setelah melalui tahap validasi dan revisi maka aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* diujicobakan kepada siswa kelas X Pemasaran di SMKN 1 Surabaya sebanyak dua kali. Tahap uji coba ini dilakukan pada dua kelas yaitu kelas X BDPM 1 dan kelas X BDPM 2. Setelah dilakukan uji coba pada siswa, maka diperoleh data terkait bagaimana respon siswa terhadap aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* sebagai alternatif sumber belajar yang menunjukkan bahwa siswa merespon positif adanya alternatif sumber belajar berupa aplikasi kamus digital berbasis *Android*.

Kelayakan Aplikasi

Berdasarkan hasil analisis dan penilaian yang diberikan oleh ahli materi indikator kualitas isi dan tujuan yang mencakup aspek ketepatan, struktur materi, kepentingan, kelengkapan, minat/perhatian dan kesesuaian dengan situasi siswa mendapat predikat sangat layak dari validator. Hal ini karena struktur materi dinilai telah mencakup semua aspek yang dibutuhkan oleh peserta didik untuk mencapai tujuan belajar berupa pemahaman terkait materi bauran pemasaran. Penjelasan istilah disajikan secara rinci dan dilengkapi dengan ilustrasi atau contoh nyata di kehidupan sehari-hari untuk mempermudah siswa dalam memahami materi yang dipelajari. Selain itu bahasa yang digunakan untuk menyusun materi pada aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* adalah bahasa sederhana sehingga siswa lebih mudah untuk mencerna dan memahami maksud dari penjelasan yang disajikan.

Indikator kualitas instruksional yang mencakup aspek memberi kesempatan belajar, memberi bantuan untuk belajar dan kualitas memotivasi pada materi yang

disajikan dinilai sangat layak karena materi dalam aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* dapat membantu siswa dalam memahami istilah-istilah pada mata pelajaran Marketing dengan sajian yang singkat, jelas dan disertai ilustrasi di setiap penjelasannya. Selain itu aplikasi ini juga membantu siswa dalam proses belajar secara mandiri karena sifatnya yang efisien dari segi penggunaan dan penyimpanan.

Pada validasi media, aspek *functionality* (fungsi) dinyatakan sangat layak karena aplikasi mampu melakukan pencarian kata dengan metode *list view* dengan tampilan seperti mesin pencari. Hasil pencarian sudah sesuai dengan kata kunci yang dimasukkan. Selain itu tiap menu yang menjadi fitur di tampilan utama juga berfungsi sebagaimana mestinya.

Aspek *usability* (kegunaan) dinilai sangat layak karena aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* menampilkan informasi dengan jelas dan penggunaan aplikasi ini sangat mudah untuk dipelajari karena cara penggunaannya sangat sederhana. Selain itu aplikasi ini dinilai sangat efisien dari segi penggunaan maupun penyimpanan karena tidak membutuhkan ruang partisi yang besar serta dapat digunakan dimanapun dan kapanpun.

Setelah melalui proses validasi, aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* dinyatakan sangat layak untuk dijadikan sebagai alternatif sumber belajar pada mata pelajaran Marketing bagi siswa kelas X Pemasaran di Sekolah Menengah Kejuruan karena telah mencakup kriteria sumber belajar yang baik yaitu ekonomis karena tidak berbayar, praktis karena aplikasi bersifat efisien dan disimpan pada *smartphone Android* dengan ukuran *file* yang relatif kecil, mudah tersedia karena untuk memperoleh aplikasi ini cukup dengan mengirimnya dari *smartphone* satu ke *smartphone* lain melalui *ShareIt*, fleksibel dan bermakna. Hasil ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hutomo (2014) terkait pengembangan aplikasi kamus berbasis *Android* yang memperoleh hasil uji validitas sebesar 89,22% dan masuk pada kategori sangat layak.

Respon Siswa

Respon siswa terhadap aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* diperoleh dari angket dengan 10 pernyataan terkait kualitas isi dan tujuan yang meliputi ketepatan, kesesuaian dengan kondisi siswa, kualitas instruksional yang meliputi kualitas memberikan bantuan belajar, kualitas memotivasi, serta kualitas teknis yang meliputi keterbacaan, kemudahan dalam penggunaan dan tampilan yang diberikan kepada siswa melalui tahap uji coba. Uji coba dilakukan sebanyak dua kali di kelas yang berbeda.

Siswa menilai materi dalam aplikasi sudah sesuai dengan materi pada mata pelajaran Marketing

yang ditempuh siswa khususnya pada KD 3.4. Menerapkan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Selain itu rata-rata siswa menilai bahasa yang digunakan pada materi yang disajikan mudah dipahami. Untuk kualitas tampilan, rata-rata siswa menilai bahwa tata letak, jenis font dan pemilihan warna sudah sesuai karena tampilan aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* menarik untuk digunakan sebagai alternatif sumber belajar dan siswa merasa termotivasi untuk mempelajari mata pelajaran Marketing. Tampilan dari media sebagai sumber belajar sangat mempengaruhi minat siswa dalam belajar karena saat ini siswa lebih tertarik dengan hal-hal yang bersifat kreatif dan memiliki nilai seni. Ketika tampilan suatu media atau sumber belajar mempunyai komposisi visual yang menarik, maka siswa juga akan termotivasi untuk belajar (Ilfatin, 2017).

Rata-rata siswa menilai materi dalam aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* belum lengkap untuk memenuhi kebutuhan belajar pada mata pelajaran Marketing karena hanya memuat materi dalam satu kompetensi dasar (KD), tetapi pada aspek kualitas instruksional siswa menilai aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* membantu mereka dalam mempelajari materi bauran pemasaran. Siswa yang merupakan generasi milenial juga merasa bahwa belajar dengan aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* lebih praktis untuk digunakan sebagai alternatif sumber belajar karena dapat dibawa kemana-mana dan untuk pengoperasiannya siswa hanya perlu mengetik kata yang dicari atau memilih kata yang tersedia pada *list view* dan penjelasan dari kata tersebut akan tersaji dengan cepat tanpa memerlukan jaringan internet. Alasan lain siswa menganggap aplikasi ini bersifat praktis karena memanfaatkan teknologi terkini berupa *smartphone* berbasis *Android* sebagai media penyimpanan serta pengoperasiannya. Hal ini selaras dengan pendapat dari Putra (2016) yang menyatakan bahwa generasi milenial adalah generasi yang sangat bergantung pada teknologi untuk aktifitas di kehidupan sehari-hari mereka. Selain itu, siswa yang berusia 15-18 tahun pada saat ini merupakan generasi yang peduli dengan pembaruan teknologi (Suryadi, 2015).

Pada aspek kualitas teknis, siswa menilai bahwa bahasa yang digunakan dalam aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* mudah dipahami. Selain itu siswa juga tidak mengalami kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi *Mobile Marketing Dictionary*. Hal ini tidak terlepas dari karakteristik generasi milenial yang merupakan generasi yang pintar dan mudah memahami teknologi (Suryadi, 2015).

Berdasarkan hasil angket respon siswa yang telah dianalisis, maka respon siswa terhadap aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* dapat dikatakan positif

dengan kategori sangat baik karena aplikasi ini sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik siswa yang merupakan generasi dengan tingkat kepekaan teknologi yang tinggi serta menyukai hal-hal yang bersifat efisien (Putra, 2016).

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dijabarkan pada bab IV, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Pengembangan aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* sebagai alternatif sumber belajar pada mata pelajaran Marketing siswa kelas X Pemasran di Sekolah Menengah Kejuruan menggunakan model pengembangan 4D (*Define, Design, Develop* dan *Disseminate*). Tetapi proses pengembangan pada penelitian ini hanya sampai tahap *Develop* atau pengembangan.
2. Kelayakan materi dan kelayakan media/aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* sama-sama mencapai skor 90% yang masuk pada kategori sangat layak. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* sangat layak digunakan sebagai alternatif sumber belajar pada mata pelajaran Marketing siswa kelas X Pemasran di Sekolah Menengah Kejuruan.
3. Respon siswa pada uji coba pertama mencapai skor 85,2% yang masuk pada kategori sangat baik. Sedangkan hasil uji coba kedua mencapai skor 83% yang masuk pada kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa siswa memberikan respon positif terhadap aplikasi *Mobile Marketing Dictionary* yang digunakan sebagai alternatif sumber belajar pada mata pelajaran Marketing.

Saran

Saran dari peneliti terhadap pemanfaatan dan pengembangan alternatif sumber belajar adalah:

1. Proses pengembangan dalam penelitian ini hanya berlangsung sampai tahap *develop* (pengembangan). Oleh karena itu peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian sampai tahap *disseminate* (penyebaran).
2. Materi dalam aplikasi hendaknya ditambah karena dalam penelitian ini materi yang dijadikan konten dalam aplikasi terbatas pada satu kompetensi dasar (KD).
3. Pengembangan aplikasi serupa hendaknya dilakukan untuk mata pelajaran lain sehingga menambah khazanah alternatif sumber belajar bagi siswa. Saran disusun berdasarkan temuan penelitian yang telah dibahas. Saran dapat mengacu pada

tindakan praktis, pengembangan teori baru, dan/atau penelitian lanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Azhar. 2014. *Media Pembelajaran*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Hutomo, Afied. 2014. *Pengembangan Aplikasi Android Kamus Command Line (FYComm) sebagai Media Bantu Belajar Siswa SMK Negeri 1 Bantul Kompetensi Keahlian Teknik Komputer dan Jaringan*. Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ilfatin, Nur Azizah. 2017. "Nur Gora Tari Remo Bolet melalui Media Pop Up Book sebagai Upaya Meningkatkan Minat Baca pada Era Generasi Milenial". Makalah disajikan dalam Seminar Nasional Seni dan Desain FBS Unesa, Surabaya, 28 Oktober.
- Putra, Yanuar Surya. 2016. "Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi". Jurnal Ilmiah Among Makarti. Vol 9 (18).
- Riduwan dan Sunarto. 2013. *Pengantar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan. 2015. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sadiman. 2007. *Media Pendidikan: Pengertian, Pengembangan dan Pemanfaatannya*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Suryadi, Bambang. 2015. "Generasi Y: Karakteristik, Masalah dan Peran Konselor". Makalah disajikan dalam Seminar dan Workshop Internasional MALINDO 4, Bali, 22-23 Mei.
- Trianto. 2014. *Model Pembelajaran Terpadu*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.



UNESA
Universitas Negeri Surabaya